

Public concerné :

Tout responsable marketing ou commercial amené à intégrer la part croissante du digital dans les stratégies marketing et/ou devant encadrer des webmarketeurs.

Niveau requis :

Maîtrise de l'outil informatique, bureautique, de la navigation internet.

Objectif :

Découvrir les bons et mauvais usages du SEA. Comprendre le fonctionnement des campagnes publicitaires AdWords. Appréhender les leviers qui permettent d'améliorer vos campagnes. Elaborer une stratégie de mots-clés efficace en fonction de vos objectifs. Intégrer vos campagnes publicitaires dans votre stratégie globale de webmarketing.

Moyens pédagogiques :

- Grilles d'évaluation de niveau.
- Formateurs recrutés pour leurs expériences professionnelles et leurs compétences pédagogiques
- 8 personnes maximum / stage
- 1 ordinateur par personne
- Chaque notion est expliquée au tableau et suivie immédiatement d'un exercice pratique.
- Les exercices évoluent en difficulté au fur et à mesure du stage.
- Un support de cours sera remis à chaque participant en fin de formation.
- Salles équipées ADSL haut débit.
- Assistance téléphonique gratuite.

Niveau / certification obtenue:

Possibilité de validation PCIE.

Durée : 4 jours

GOOGLE ADWORDS

Optimiser ses campagnes

Bons et mauvais usages du SEA

Terminologie

Avantages et inconvénients du SEA

Complémentarité avec le SEO

Règles AdWords

Google AdWords : fonctionnement

Concept de mise en concurrence des annonces et Ad Rank

Répartitions des positions des annonces

Le Quality Score

Les indicateurs

Google AdWords : interface

Structure d'un compte AdWords

Campagne

Groupe d'annonces

Elaborer une stratégie de mots-clés efficace pour l'Ads

Sélectionner ses mots-clés

Organiser ses mots-clés

Rédiger ses annonces

Outil de diagnostique des annonces

Option de correspondance de mots-clés

Améliorer ses campagnes

Améliorer son Quality Score

Les extensions d'annonces

Annonces dynamiques

Option de diffusion

Calendrier de diffusion

Préparation de la certification GOOGLE